

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini telah melesat dengan cepat, setiap tahun bahkan setiap saat mengalami perubahan yang ikut berdampak pada keinginan konsumen dalam suatu pemuasan kebutuhan. Dalam hal ini kebutuhan yang dimaksud ialah kebutuhan psikis, bukan hanya kebutuhan yang berpusat pada material saja. Fenomena tersebut bisa terlihat dalam kepuasan konsumen terhadap apa yang menjadi kesukaan atau kegemaran mereka pada suatu tren. Kepuasan konsumen berhubungan dengan rasa puas dalam diri individu pada apa yang diinginkannya.

Kepuasan sendiri menurut Tjiptono ialah suatu tanggapan emosional, hal ini berpusat pada evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan pada pengalaman konsumsi suatu jasa atau produk setelah pemakaian. Selain itu, pendapat lain dari Kotler kepuasan ialah suatu perasaan seseorang setelah menggunakan suatu produk atau jasa kemudian dibandingkan antara hasil dan harapannya. Salah satunya ialah dengan kepuasan dalam mendengarkan musik.¹

Musik merupakan bagian pokok dalam kehidupan manusia. Selain itu, musik juga mampu mempengaruhi bagaimana manusia merasa, berpikir, dan berperilaku. Dalam hal ini, musik bisa dikatakan sesuatu hal yang universal dan mampu membuat siapa saja dapat merasakan konten emosi di dalamnya

¹ Mayreyna Nurwardani dan Sumaryono “Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Intensitas Penggunaan Kartu Prabayar”, *Spirits*, 2 (Mei, 2013), 7.

serta musik bagian dari produk budaya yang tidak dapat dipisahkan dari bias budaya. Perkembangan musik saat ini, memberikan signifikan yang membawa pendengarnya lebih dekat dalam mengakses musik yang disukainya. Berbeda dengan perkembangan musik terdahulu hanya bisa didengarkan melalui CD, DVD, atau bahkan di radio. Hingga akhirnya kini musik mampu didengarkan melalui *streaming* yang makin marak sejak empat tahun terakhir.²

Seiring dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi internet, maka *audio streaming* menjadi populer. Secara singkat, media *streaming* adalah sebuah proses pengiriman audio, video, atau teks secara terus menerus melalui internet. Keuntungan dari *streaming* musik yang gratis dan berbayar adalah memberikan layanan yang terus menerus untuk mendengarkan musik yang diinginkan kapan saja, di mana saja dengan cara yang mudah.³

Salah satu dari sekian aplikasi *streaming* musik yang paling populer ialah Spotify. Spotify merupakan layanan *streaming* musik asal Swedia yang menyajikan konten musik dan video komersil yang menyediakan hak digital manajemen juga dilindungi oleh label rekaman dan perusahaan media. Hal ini terbukti, dengan gaya hidup yang serba mudah, akses tersedia dengan luas, pemilihan lagu yang lengkap, sarana dalam berbisnis secara *start up*, selain itu terdapat berbagai fitur, seperti: “koleksi kamu” dalam hal ini pengguna dapat mengelompokkan dan menyimpan lagu-lagu yang disukai, fitur kedua “cari” yang dimaksud ialah pengguna dapat menemukan lagu yang ingin didengar,

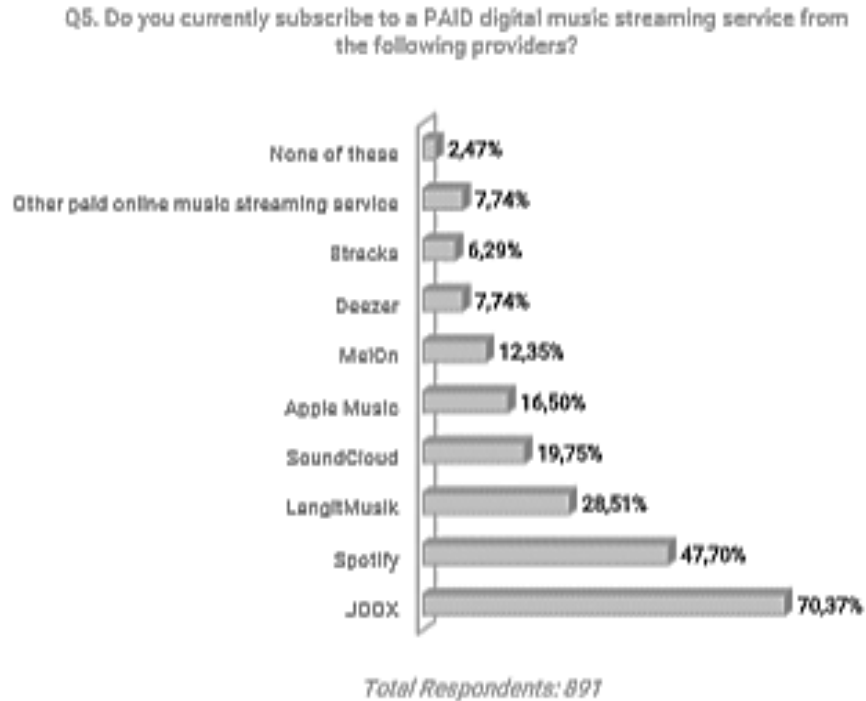
² Gerry Wahyu Dewantara dan Sari Monik Agustin, “Pemasaran Musik pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 di Indonesia”, *Wacana*, 1 (Juni, 2019), 2.

³ S. Yolis Michdon Netti dan Irwansyah, “Spotify: Aplikasi *Music Streaming* untuk Generasi Milenia”, *Jurnal Komunikasi*, 1 (Juli, 2018), 4.

fitur ketiga “putar secara *shuffle*” ialah pengguna dapat memutar lagu secara acak, fitur keempat “*download* musik dan *podcast*” artinya pengguna dapat *download* serta mendengarkan lagu dan *podcast* tanpa menggunakan koneksi internet (berlaku bagi pengguna premium), fitur kelima “pengaturan audio” di sini pengguna dapat meningkatkan maupun menurunkan kualitas musik, fitur keenam “*share* musik, *podcast* dan video” fitur ini memudahkan pengguna untuk *share* ke saluran media sosial, fitur ketujuh “spotify radio” ialah fitur untuk membuat sekumpulan lagu berdasarkan album, artis atau lagu pilihan, fitur kedelapan “menemukan dan *share* profil kamu” di sini pengguna dapat membagikan profil ke pengguna lain, fitur kesembilan “mengikuti teman dan artis” di sini pengguna dapat mengikuti artis untuk menerima notifikasi dan tidak pernah melewatkan rilis terbaru, fitur terakhir “lihat lirik” pada fitur ini pengguna dapat menikmati lirik sambil mendengarkan lagu.⁴

⁴ Daniel EK dan Martin Lorentzon, “Fitur Spotify”, *Spotify*, <https://www.spotify.com/id>, 23 April 2006, diakses tanggal 20 Februari 2020.

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi *Streaming* Musik



Sumber: <https://dailysocial.id/>

Spotify sendiri menggunakan model bisnis *freemium* di mana konsumen dapat menikmati aplikasi secara gratis atau membayar. Di Indonesia sendiri, survei dari *dailysocial* tahun 2018 mengatakan bahwa Spotify menduduki posisi ke dua sebagai layanan *streaming* musik terbanyak yang diminati khalayak umum, yaitu sebesar 47,70%.⁵ Pada tahun 2019, pengguna Spotify di dunia sudah mencapai 207 juta pengguna dengan presentase 54% pengguna akun Spotify gratis dan sisanya yaitu 40% pengguna membayar atau premium.

⁵ Ferdinand Zebua, "Survei Layanan Streaming Musik 2018", *Dailysocial*, <https://dailysocial.id>, 3 Maret 2018, diakses tanggal 18 Februari 2020.

Salah satu alasan mengapa banyak yang menggunakan aplikasi *streaming* musik Spotify dikarenakan Spotify mudah diunduh melalui *Google Playstore* maupun *Appstore*. Dengan kemudahan itu banyak di kalangan milenial yang menggunakan Spotify, terutama yang mulai menginjak usia 16-26 tahun di mana pada usia ini mereka cenderung memiliki banyak minat atau perhatian terhadap suatu hal yang mereka anggap penting.⁶ Misalnya bagi kaum milenial yang menyukai suatu *band* dengan genre tertentu, membuat mereka ingin selalu mendengarkan karya-karya dari sang idola. Hal ini terlihat juga pada komunitas “Wargakelana” yang merupakan fans dari *band* Kiarakelana yang beraliran folk. Komunitas ini terbentuk karena para fans menganggap band ini mampu membuat pendengar merasa ikut ke dalam nuansa aliran musiknya. Dalam memberikan dukungan nyata terhadap idolanya, komunitas Wargakelana mengapresiasinya dengan cara mendengarkan karya atau lagu Kiarakelana melalui aplikasi *streaming* musik Spotify. Terbukti dengan banyaknya jumlah pendengar bulanan melalui aplikasi *streaming* musik Spotify Kiarakelana mencapai 18.522 perbulan November 2020. Sedangkan pada aplikasi Youtube Kiarakelana hanya memiliki kurang lebih 2.075 ribu *subscriber*.

Kepuasan konsumen terhadap aplikasi *streaming* musik Spotify tidak terlepas dari penggunaan media yang semakin pesat. Penggunaan media menurut teori Katz, Blumler, dan Gurevitch ialah audiens (khalayak) aktif memilih media yang sesuai dan berorientasi pada tujuan mereka, audiens

⁶ Khamim Zarkasih Putro, “Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja”, *Aplikasia*, 1 (2017), 30.

(khalayak) bertanggung jawab untuk memilih media guna memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan.⁷ Penggunaan media menciptakan kepuasan konsumen terhadap pengguna yang mendengarkan aplikasi *streaming* musik Spotify. Media sendiri menyediakan berbagai aplikasi yang terus *up to date*. Perkembangan media komunikasi yang kian pesat, mendorong masyarakat lebih selektif dalam pemilihan media yang akan dipilih atau yang akan digunakan, termasuk *streaming* musik telah menjadi saluran favorit secara legal yang dapat digunakan sehari-hari. Dengan teknologi seperti ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam.

Hal ini terbukti setelah peneliti mewawancarai tiga subjek dari Wargakelana. Subjek pertama berinisial AA, subjek kedua berinisial NS, dan subjek ketiga berinisial CP. Dilihat dari teori kepuasan konsumen oleh Tjiptono dari segi kesesuaian harapan didapat hasil dari ketiga jawaban subjek yaitu menjawab fitur-fitur yang ada dirasa sudah cukup baik, meskipun ada beberapa kendala seperti adanya iklan bagi pengguna gratis dan tidak adanya lirik lagu. Dilihat dari segi minat menggunakan kembali didapat hasil dari ketiga jawaban subjek yaitu menjawab tetap akan berminat karena fitur-fitur yang ada mudah diakses. Yang terakhir dilihat dari segi kesediaan untuk merekomendasikan didapat hasil dari ketiga jawaban subjek yaitu menjawab

⁷ Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2013), 508.

akan merekomendasikan aplikasi Spotify ke teman atau orang-orang sekitar. Alasan lain yaitu juga untuk mengurangi *pendownloadan* lagu secara ilegal.⁸

Sedangkan ditinjau dari teori yang sudah diterapkan pada aspek *use and gratification* oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch, yang pertama dari frekuensi yaitu seberapa sering konsumen menggunakan aplikasi *streaming* musik Spotify dan didapat hasil dari ketiga jawaban subjek yaitu menjawab sangat sering bahkan hampir setiap hari mereka menggunakan aplikasi *streaming* musik Spotify. Selain itu, yang kedua, yaitu dari seberapa intensitas mengenai pemahaman konsumen terhadap media dan didapat hasil dari ketiga jawaban subjek yaitu menjawab Spotify merupakan aplikasi *streaming* musik yang dapat digunakan untuk mendengarkan musik tanpa harus mendownload lagu secara ilegal. Terakhir dilihat dari durasi penggunaan media dalam sekali akses didapat hasil dari ketiga jawaban subjek yaitu menjawab mereka memutar musik di aplikasi Spotify sebanyak 30 menit – 1,5 jam.⁹

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify pada komunitas Wargakelana?

⁸ Cassandra Wilianti, Roswita Okatvianti, “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada *Followers @pluufycoice*)”, *Prologia*, 3 (Juli, 2019), 48.

⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 57.

2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *streaming* musik Spotify pada komunitas Wargakelana?
3. Apakah ada hubungan antara penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify dengan kepuasan konsumen pada komunitas Wargakelana?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify pada komunitas Wargakelana.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *streaming* musik Spotify pada komunitas Wargakelana.
3. Untuk mengetahui ada tidak hubungan penggunaan media dengan kepuasan konsumen pada aplikasi *streaming* musik Spotify di komunitas Wargakelana.

D. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan berguna untuk:

1. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu psikologi terutama dalam bidang kajian psikologi konsumen khususnya pada topik tentang hubungan penggunaan aplikasi *streaming* musik terhadap kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi responden dapat dijadikan sebagai informasi tentang pemenuhan kepuasan konsumen dalam penggunaan aplikasi *streaming* musik.
- b. Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan memberikan informasi serta sebagai bahan masukan kepada aplikasi *streaming* music Spotify dalam memaksimalkan aplikasi tersebut.
- c. Penelitian ini agar bisa dijadikan referensi dan masukan bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta.¹⁰

Berdasarkan rumusan masalah maka dibuat hipotesis penelitian untuk diuji seperti berikut:

1. H_0 = Tidak terdapat hubungan penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify dengan kepuasan konsumen pada komunitas Wargakelana.
2. H_a = Terdapat pengaruh yang positif antara penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify dengan kepuasan konsumen pada komunitas Wargakelana, artinya apabila tingkat penggunaan aplikasi *streaming*

¹⁰ Limas Dodi, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 167.

musik Spotify tinggi maka kepuasan konsumen pada komunitas Wargakelana juga akan tinggi.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi merupakan anggapan dasar dari penelitian yang digunakan sebagai dasar atau titik tolak dalam memecahkan masalah penelitian serta sebagai acuan dalam menguraikan variabel-variabel penelitian. Dalam penelitian ini peneliti berasumsi bahwa terdapat hubungan positif antara penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify dengan kepuasan konsumen pada komunitas Wargakelana. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel X dan Y, di mana variabel X adalah Penggunaan Media dan variabel Y adalah Kepuasan Konsumen.

G. Telaah Pustaka

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti, peneliti menemukan penelitian terdahulu tentang penggunaan media maupun kepuasan konsumen antara lain:

1. Jurnal oleh Agus Effendi, Puwani Indri Astuti, dan Nuryani Tri Rahayu dengan judul “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo”. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif korelasi kausal dengan metode survei. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penggunaan media digital oleh anak, pola interaksi sosial anak, dan pengaruh penggunaan media baru terhadap sosiabilitas anak di Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media baru di kalangan anak usia 8-12 tahun di Kabupaten Sukoharjo dalam kategori sedang (1,89) dan interaksi sosialnya dalam kategori tinggi (2,45). Asumsi yang menyatakan bahwa semakin tinggi penggunaan media baru maka interaksi sosial anak akan cenderung semakin rendah dapat diterima kebenarannya dengan koefisien sebesar 0,54 pada derajat kebebasan 0,05 atau tingkat kepercayaan 95%.¹¹

2. Jurnal oleh Cassandra Wilianti dan Roswita Oktavianti dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada *Followers @pluffychoice*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara motif penggunaan media sosial Instagram terhadap kepuasan konsumen. Hasilnya terdapat pengaruh motif penggunaan media sosial Instagram terhadap kepuasan konsumen bersifat sedang dan sebesar 28%. Apabila motif penggunaan media sosial Instagram meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.¹²
3. Jurnal oleh Yohanes Suhari, Rara Sri Artati Redjeki, dan Widiyanto Tri Handoko dengan Judul “Perilaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai, Kepuasan, dan Inersia Terhadap Loyalitas). Tujuan penelitian ini adalah menganalisa perilaku konsumen pada *search engine*, yaitu menganalisa pengaruh nilai, kepuasan, dan inesia terhadap loyalitas. Hasil penelitian ini

¹¹ Agus Efendi, Purwani Indri Astuti, Nuryani Tri Rahayu. “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo”, *Humaniora*, 2 (Agustus, 2017), 12.

¹² Cassandra Wilianti, Roswita Oktavianti, “Penagruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada *Followers @pluufycoice*)”, *Prologia*, 3 (Juli, 2019), 47.

adalah nilai tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, dan inersia tidak berpengaruh terhadap hubungan antara kepuasan dan loyalitas konsumen.¹³

4. Jurnal oleh Bahri dengan Judul “Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, dan Disain Interior yang Berdampak pada Tingkat Pembelian”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, layanan, kualitas produk, nilai emosional, dan variabel disain interior terhadap keputusan pembelian juga kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pembelian dan menguji pengaruh keputusan pembelian pada kepuasan pelanggan di Gardena *department Store & Supermarket* Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini yaitu secara simultan variabel lokasi, layanan, kualitas produk, nilai emosional, dan disain interior memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan Gardena *Departement Store & Supermarket*..¹⁴
5. Jurnal oleh Gusmia Arianti dengan Judul “Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path”. Penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena penggunaan media sosial dengan focus kajian pada kredibilitas media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi

¹³ Yohanes Suhari, Rara Sri Artati Redjeki, dan Widiyanto Tri Handoko, “Perlaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai, Kepuasan, dan Inersia Terhadap Loyalitas), *Dinamik*, 1 (Januari, 2012), 46.

¹⁴ Bahri, “Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, dan Disain Interior yang Berdampak pada Tingkat Pembelian”, *Jurnal Maksipreneur*, 1 (Desember, 2018), 61.

masyarakat dan menjawab persoalan tentang aktualisasi *uses and gratification theory*. Atribut-atribut kepuasan penggunaan media sosial *Instagram dan Path* yang digunakan adalah untuk interaksi sosial, mencari informasi, menghabiskan waktu, hiburan, relaksasi, kegunaan berkomunikasi dan kenyamanan. Hasil dari penelitian ini adalah tingkat kepuasan pengguna media sosial yang paling tinggi adalah pengguna *Instagram* di kalangan Mahasiswa, artinya kalangan mahasiswa merasa sangat puas dengan fitur dan kelebihan yang dimiliki oleh *Instagram*.¹⁵

¹⁵ Gusmia Arianti, “Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path”, *Wacana*, 2 (Desember, 2017), 180.